



UNIVERSIDAD HISPANO
AMERICANA DEL BAJÍO
Campus Península de Yucatán

LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA

RVOE 20194146
CUATRIMESTRAL





MERCADOTECNIA | UNIVERSIDAD
HISPANO AMERICANA
DEL BAJÍO

Campus Península de Yucatán

ASIGNATURAS

1

Contabilidad General.
Fundamentos de la Administración.
Matemáticas Básicas.
Teoría Económica.
Métodos y Técnicas de la Investigación.
Derecho Civil.

2

Contabilidad Administrativa.
Estructura Organizacional.
Matemáticas Financieras.
Introducción a la Mercadotecnia.
Micro-economía.
Derecho Mercantil.

3

Contabilidad de Costos.
Administración de Recursos Humanos.
Sociología en las Relaciones Comerciales.
Sistemas Computacionales.
Macro-economía.
Estadística 1.

4

Mercadotecnia Estratégica.
Comportamiento del Consumidor.
Investigación de Mercados 1.
Estadística 2.
Presupuestos.
Computación Aplicada a la Mercadotecnia.

5

Logística y Distribución.
Diseño de Productos.
Investigación de Mercados 2.
Publicidad y Promoción.
Investigación de Operaciones 1.
Régimen Legal de la Mercadotecnia.

6

Administración de la Producción.
Mercadotecnia de Servicios.
Mercadotecnia Política y Social.
Diseño Publicitario.
Investigación de Operaciones 2.
Inglés 1.





MERCADOTECNIA | UNIVERSIDAD
HISPANO AMERICANA
DEL BAJÍO

Campus Península de Yucatán

ASIGNATURAS



7 Administración de la Fuerza de Ventas.
Comercio Internacional.
Riesgo Ambiental en Mercadotecnia.
Publicidad con Multimedia.
Técnicas de Negociación.
Inglés 2.

8 Promoción de Ventas.
Estrategia de Mercadotecnia Internacional.
Finanzas.
Comercio Electrónico.
Ética en los Negocios.
Inglés 3.

9 Control de Calidad.
Dirección de Programas en Mercadotecnia.
Evaluación de Proyectos en Mercadotecnia.
Mercadotecnia por Internet.
Seminario de Investigación.
Inglés 4.





PERFIL DEL EGRESADO

EL LICENCIADO EN MERCADOTECNIA ESTARÁ APTO PARA:

- Los elementos teóricos y metodológicos de la administración, aplicables al entorno de la mercadotecnia.
- Los fundamentos económicos que permiten la comprensión de la dinámica de la economía nacional y su relación con los movimientos empresariales.
- Las bases de la ciencia matemática, aplicables a las operaciones en mercadotecnia, tanto en lo referente a las finanzas como a los muestreos estadísticos y las probabilidades.
- Las bases contables necesarias para el control de la información generada en mercadotecnia, así como para la planeación de costos y de presupuestos de operación.
- El marco legal que regula la actividad comercial en el país.
- Los fundamentos de la mercadotecnia como disciplina del saber humano, tanto en sus generalidades como en las ramas específicas de actuación.
- Las metodologías y técnicas para la investigación de mercados, tanto nacionales como internacionales.
- Las principales corrientes y teorías que dan cuenta del comportamiento del consumidor.





UNIVERSIDAD HISPANO AMERICANA
DEL BAJÍO

Campus Península de Yucatán

